

N° 38956-2022/1-ACTS/DDET

Date du : 16 mars 2022

## Rapport de présentation

---

**OBJET** : Projet de délibération portant ouverture d'une autorisation d'engagement dans le cadre de la promotion touristique de la province Sud

**PJ** : Un projet de délibération

Le contexte sanitaire a fortement impacté le secteur du tourisme. C'est pour cette raison que la province Sud a mené un diagnostic des dispositifs et financements existants pour ce secteur. Consciente des enjeux de relance de l'activité touristique, une nouvelle organisation a été approuvée par les élus de l'assemblée de la province Sud en 2021.

Ainsi, un service du tourisme au sein de la direction du développement économique et du tourisme a vu le jour. L'une de ses premières missions est de réaliser un état des lieux du secteur, ce qui permettra à la collectivité d'accompagner au mieux les entreprises qui pour la plupart sont aujourd'hui en difficulté. Ce service orienté d'avantage vers des missions d'ingénierie devra travailler sur les causes profondes qui amènent au triste constat que le tourisme, ne génère pas le poids économique espéré et ce, malgré le haut potentiel du territoire.

En parallèle, il a été décidé la création de la SPL « Sud Tourisme », véritable bras armé de la province Sud en matière de valorisation de l'offre touristique. Jusqu'en 2021, la province Sud finançait un certain nombre d'entités en charge de la promotion de son territoire. Ces satellites avaient également en charge d'attirer, d'accueillir et de renseigner les visiteurs. Désormais, la collectivité souhaite être davantage proactive dans la valorisation de son offre au travers de quatre axes forts qui seront mis en œuvre par la SPL « Sud Tourisme » :

1. Assurer la promotion touristique du territoire de la province Sud autour de la marque « destination province Sud ».

En effet, afin de séduire une nouvelle clientèle locale tout en conservant celle déjà établie, une stratégie de promotion repensée est primordiale au développement de la destination touristique de la province Sud. Celle-ci doit être adaptée aux nouvelles technologies numériques tout en conservant l'aspect plus traditionnel de production de documentation et de médias. La SPL « Sud Tourisme » sera engagée sur la valorisation touristique du territoire de la province Sud. A cet effet, elle devra concevoir et déployer des actions de communication à

destination du grand public, principalement local mais aussi international. Les campagnes et supports de communication qu'elle va concevoir devront souligner la diversité de l'offre et des territoires qui composent la province Sud autour de deux concepts forts : le slow-tourisme et le tourisme durable.

2. Impulser une stratégie digitale très orientée client et déployer une place de marché pour les territoires de la province Sud.

Le tourisme est un secteur très concurrentiel, avec un choix de destinations infini. Par ailleurs, l'influence du digital est prépondérante pour chercher, choisir, organiser, réserver et raconter ses vacances, rendant indispensable la présence d'une destination sur le web. À ce titre, une stratégie digitale très orientée client et le déploiement d'une place de marché doit être assuré par la SPL « Sud Tourisme ».

3. Accroître la fréquentation touristique en concevant et commercialisant des offres locales et de qualité.

Après deux années de crise COVID le secteur du tourisme a été fortement impacté en Nouvelle-Calédonie. L'activité touristique doit redevenir une activité économique de premier plan en province Sud, et ce pour l'ensemble des prestataires. Pour cela il faut avoir une approche beaucoup plus inclusive des activités et proposer des voyages clés en main qui permettent de découvrir ou de refaire découvrir le tourisme en province Sud.

4. Assurer l'accueil des visiteurs.

Les besoins des visiteurs changent, évoluent, l'accueil et l'information touristique aussi. L'information pour la préparation de voyages est maintenant disponible numériquement et le visiteur dispose d'une multitude de manières de s'orienter, il souhaite avoir des renseignements précis et rapidement.

Les points d'accueils physiques sont toujours le pilier d'encrage de l'information et de l'accueil du visiteur, de même qu'un contact privilégié pour développer des interactions et fidéliser ce dernier. Les attentes dans ce domaine ont beaucoup évolué, l'accueil étant désormais indissociable du conseil, la SPL « Sud Tourisme » devra fournir à chaque visiteur une information ciblée et personnalisée, en adéquation avec ses attentes.

Afin de pouvoir mener à bien l'ensemble de ces missions, il est proposé de créer une autorisation d'engagement pour un montant d'un milliard cent soixante millions (1 160 000 000) de francs CFP dans le budget de la province Sud et ce pour une durée de cinq années. En effet certains investissements ou projets portés par la SPL « Sud Tourisme » devront être planifiés budgétairement sur plusieurs années, comme par exemple le développement de la place de marché numérique.

Tel est l'objet de la présente délibération que j'ai l'honneur de soumettre à votre approbation.